

**MARKETING POLITIK KIKI ANUGERAH DIA DALAM PEMILU  
LEGISLATIF KOTA PADANG PANJANG TAHUN 2019**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik Pada Jurusan Ilmu  
Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Andalas*

**OLEH:**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

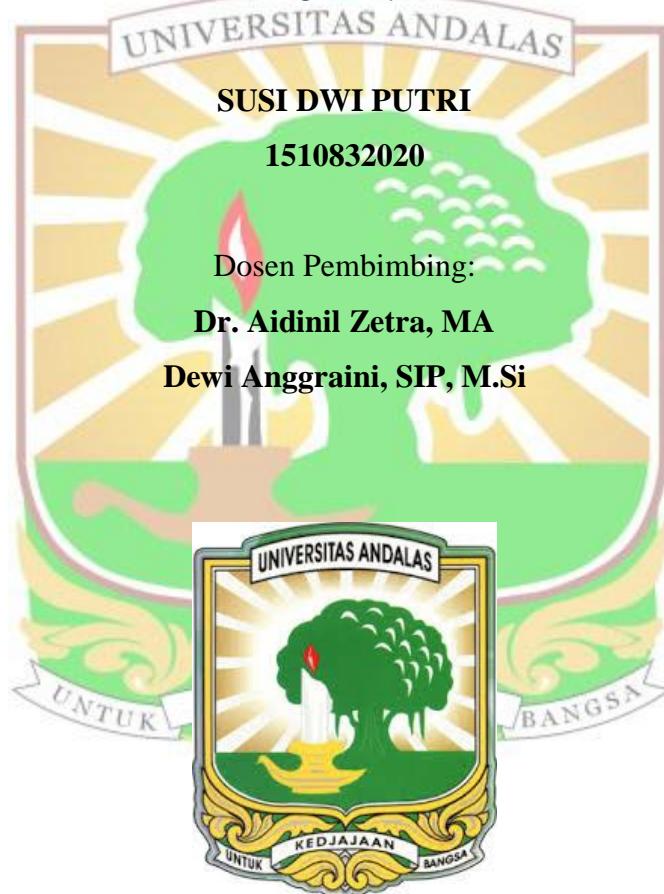
**SUSI DWI PUTRI**

**1510832020**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Aidinil Zetra, MA**

**Dewi Anggraini, SIP, M.Si**



**JURUSAN ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
2021**

## **ABSTRAK**

**SUSI DWI PUTRI, 15108320220. Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, dengan Judul Skripsi “Marketing Politik Kiki Anugerah Dia Dalam Pemilu Legislatif Kota Padang Panjang Tahun 2019”. Dibimbing Oleh : Dr. Aidinil Zetra, MA. dan Dewi Anggraini, S.IP. M.SI.**

Skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan tentang marketing politik Kiki Anugerah Dia dalam Pemilu Legislatif Kota Padang Panjang Tahun 2019. Kiki Anugerah Dia merupakan sosok wajah baru dari Partai Nasdem yang baru terjun ke dunia politik kemudian bersaing dengan 94 caleg lainnya di Daerah Pemilihan 2 Padang Panjang Timur. Pada Pemilu Legislatif 2019 Kiki Anugerah Dia berhasil lolos sebagai Anggota DPRD Kota Padang Panjang dengan mengalahkan puluhan caleg lainnya yang terdiri dari kandidat baru bahkan juga petahana. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti Marketing Politik Kiki Anugerah Dia dalam Pemilu Legislatif Kota Padang Panjang Tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori Marketing Politik 4P Niffenegger dalam buku Firmanzah yaitu produk, promosi, harga dan penempatan. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pada pelaksanaan pemasaran politik yang dilakukan Kiki Anugerah Dia, pertama dari segi Produk adalah mengenalkan visi misi partai serta sosialisasi ide dan gagasan kepada masyarakat. Kedua, Promosi menggunakan media cetak seperti Baliho, Spanduk, Stiker, Kalender, Kartu Nama dan juga menggunakan media sosial seperti Facebook, Youtube dan Whatsapp. Ketiga, Harga adalah biaya yang dikeluarkan semasa kampanye. Keempat, Penempatan yaitu fokus daerah dan masyarakat yang menjadi target pemasaran dari Kiki Anugerah Dia. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa yang paling dominan dari kemenangan Kiki Anugerah Dia adalah promosi dan penempatan karena didukung oleh figur orang tua yang dikenal banyak orang di kampung halamannya yang merupakan fokus daerahnya serta kemampuan Kiki Anugerah Dia menjaga suaranya di fokus daerah tersebut sehingga menjadikan Kiki Anugerah Dia terpilih menjadi anggota DPRD Kota Padang Panjang periode 2019-2024.

**Kata Kunci : Pemilu Legislatif, Marketing Politik, Produk, Promosi, Harga, Penempatan**

## **ABSTRACT**

**SUSI DWI PUTRI, 1510832020. Department of Political Science, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, with the title of Thesis “Political Marketing Kiki Anugerah Dia In the 2019 Legislative Election of Padang Panjang City”. Guided by Dr. Aidinil Zetra, MA. and Dewi Anggraini, S.IP. M.SI.**

This thesis aims to explain the Political Marketing Kiki Anugerah Dia In the 2019 Legislative Election of Padang Panjang City. Kiki Anugerah is a new legislative candidate from the Nasdem Party who has just entered politics and competes with 94 other candidates in the electoral area 2 of East Padang Panjang. In the 2019 Legislative Election Kiki Anugerah Dia was successfully approved as a member of the Padang Panjang City DPRD by defeating dozens of other legislative candidates, consisting of new and even incumbent candidates. Therefore, the researcher is interested to find out Kiki Anugerah Dia's Political Marketing in the 2019 Legislative Election of Padang Panjang city. This study used a qualitative approach with a case study research type. Theory of Political Marketing from Niffeneger in the Firmanzah book; product, promotion, price, and place are used in this study. Techniques used in data collection through in-depth interviews and documentation. The results of this study found that in the implementation of political marketing carried out by Kiki Anugerah Dia, first in terms of products, it is introducing the party's vision and mission and the socialization of ideas to the public. Second, Promotion uses printed media such as billboards, banners, stickers, calendars, name cards and also uses social media such as Facebook, Youtube and Whatsapp. Third, Price are costs incurred during the campaign. Fourth, Place the focus of the area and the community which is the target of Kiki Anugerah Dia's marketing. From the results of this study, it can be seen that the most dominant part of Kiki Anugerah Dia's victory is the promotion and place, because it is supported by her parent figure known to many people in her hometown and Kiki Anugerah Dia's ability to keep his voice in the focus of the area so that Kiki Anugerah Dia was elected as a member of the Padang Panjang City DPRD for the 2019-2024 period.

**Keywords:** Legislative Election, Political Marketing, Product, Promotion, Price, Place